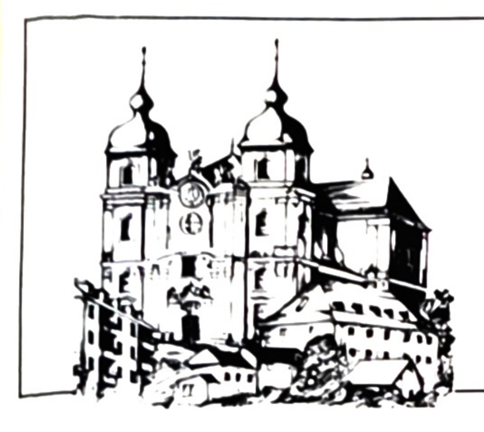


Heimatkundliche Beilage

zum Amtsblatt der Bezirkshauptmannschaft Amstetten

Nr. 276 | 1. November 1993 | 21. Jahrgang

Ländlicher Raum, Nahversorgung und Lebensqualität

(Fritz Rafetseder)

Vor rund 20 Jahren gab es noch über 24.000 Geschäfte in Österreich. Heute sind es bereits weniger als 9.000 Läden und im Jahre 2000 werden es nach vorsichtiger Schätzung weniger als 8.000 sein. "Endspiel"-Szenarien" lassen schließlich nur mehr 5.000 bis 6.000 Geschäfte zu. Eine solche Zahl würde bedeuten, daß es im Versorgungsnetz große Löcher gibt (- und nebenbei die Bildung eines marktbeherrschenden Oligopols, das die Preise diktieren kann).

Wie ist es zu dieser Entwicklung gekommen?

Am Anfang war das Auto! Der **Bestand** an Pkw's lag 1960 etwa auf gleicher Höhe wie die jährlichen **Zuwachsraten** der letzten Jahre! Das Phänomen der radikalen individuellen Mobilität durch die Motorisierung zertrümmerte innerhalb weniger Jahrzehnte die althergebrachten Lebensgewohnheiten der Bevölkerung. Die Radikalität der Änderung findet nur in einem zweiten (den Wandel unterstützenden) Phänomen eine Entsprechung: dem Fernsehen! Wobei der Wertewechsel im ländlichen Raum vielleicht noch intensiver vor sich ging als im städtischen Bereich, da die Strukturen im Dorf zuvor traditionellerweise verfestigter waren als in der Stadt.

Was heute unter dem Begriff "Dorferneuerung" mehr sein will als Fassadenfärbelung, muß versuchen, einem eigentlich als solches nicht mehr existierenden Kultur- und Wirtschaftsraum Leben einzuhauchen. Damit will nicht gesagt sein, daß dies ein unmögliches Unterfangen wäre; daß ein solcher Versuch aber vor ungewöhnlichen (und ungewohnten) Schwierigkeiten steht, wird jedem damit Befaßten geläufig sein.

Zurück zum Thema Nahversorgung:

Zu der starken Zunahme der Motorisierung kam die Möglichkeit, die Vorratshaltung im Haushalt durch Kühl- und Tiefkühlgeräte zu verbessern, die Haltbarkeit der Lebensmittel nahm zu. Soziale Veränderungen griffen Platz wie der Nebenerwerb vieler Landwirte und die Berufstätigkeit vieler, vor allem junger Frauen. Beides bewirkte eine starke Zunahme des Pendlerwesens, was größere Ungebundenheit und "Zentrendrift" bedeutete. Dem entsprach ein Angebot auf dem Markt, das dem neuen Typus des Konsumenten entgegenkam: Großraumläden für Massenvertrieb. Wirtschaftliche Packungsgrößen (Großpakkungen) erfordern wiederum Fahrzeuge als Transportmittel. (Denken Sie an Waschmitteltrommeln und Getränkekisten!) Die Sortimentserweiterung als Folge zunehmenden Wohlstandes erfordert immer mehr Verkaufsfläche; ebenfalls ein Vorteil für großflächige Läden. Großbetriebsformen sind weiters durch ratio-

nellere Betriebsabläufe begünstigt; preisaggressive Diskonter mit schnelldrehendem, stark eingeschränktem Sortiment ohne Serviceleistungen zerstören die Preis - Leistungsverhältnisse im Kopf des Konsumenten. Kein Konsument rechnet die Zufahrtskosten seinen Einkäufen auf; kaum jemandem fällt auf, daß die Infrastrukturkosten rund um Einkaufszentren und Verbrauchermärkte von der Allgemeinheit getragen werden. Die Finanzkraft der Filialsysteme ermöglicht ausgeprägte Verdrängungs- und Wachstumsstrategien auf Kosten der Klein- und Mittelbetriebe. In Österreich führte der Vernichtungswettbewerb der großen Filialsysteme dazu, daß europaweit die größte Dichte an Verkaufsflächen besteht (m2/Einwohner) und logischerweise umgekehrt die schlechteste Flächenrentabilität (Ertrag/m2). Die Folge: Die "Nähe" als ursprünglich wichtigster Parameter für die Kaufentscheidung verlor und verliert immer noch an Bedeutung. Die Nachfrage nach Gütern des täglichen Bedarfs sinkt auf 30% bis 40% der Gesamtnachfrage - vorwiegend Frischware wird noch im engen Umkreis gekauft. Dies erfordert in Landgemeinden ein Potential von ungefähr 1.000 Einwohnern; wird es nicht erreicht, ist die Nahversorgung stark gefährdet. Konzernfilialen benötigen größere Einheiten, um profitabel geführt zu werden - sie ersetzen also keineswegs die Nahversorger, die von Ihnen aus dem Markt gedrängt wurden. Ist die Lücke einmal entstanden, ist der letzte Nahversorger verschwunden, wird den Konsumenten sehr schnell klar, daß sie etwas vermissen, was für sie bisher selbstverständliche Lebensqualität war. Noch dazu bewirkt eine solche Aufgabe eines Wirtschaftsplatzes oft eine Erosion; es folgen Bäcker, Fleischhauer, Wirt - so noch vorhanden. Nicht nur dem mobilitätsschwachen Konsumenten fehlt die Einkaufsquelle, auch die wichtige Kleinigkeit, die schnell besorgt werden muß, zwingt nun zum Auspendeln in entfernte Zentren. Es fehlt - vor allem den Frauen - die Kommunikationsmöglichkeit. Auf dem Land treffen sich die Männer im Wirtshaus und im Lagerhaus; die Frauen aber im Geschäft. Die ökologische Problematik liegt auf der Hand - sie könnte auch der Schlüssel für eine Trendumkehr sein. Steigt das Umweltbewußtsein, könnte manche Einkaufsfahrt ausfallen; steigen die Fahrtkosten spürbar (Kostenwahrheit für den Individualverkehr!), könnte die Nähe wieder mehr an Bedeutung erlangen.

Nicht vergessen darf werden, daß jeder Nahversorger bemüht sein muß, sein Angebotspaket auf den modernen Konsumenten abzustimmen, er muß mit entsprechenden Investitionen Sortiments- und Preiskompetenz beweisen. Da die Eigenkapitaldecke durch den Konkurrenzdruck ausgedünnt ist, fällt es ihm naturgemäß oft schwer, mit der Innovationskraft der großen Kapitalgruppen Schritt zu halten.

Der Gesellschaft stellt sich die Frage: Soll ich bestimmte Wirtschaftsformen (z.B. Landwirtschaft oder Nahversorgung) erhalten oder auf sie verzichten? Kommt sie zum Schluß: Ich will sie erhalten - dann muß sie fördern, und zwar nicht nur kosmetisch. Fördern vor allem in dem Sinne, daß die Rahmenbedingungen geändert werden, aber auch im Sinne einer Direktförderung. Die kommende Generation ist sicher nicht mehr bereit, in ausreichendem Maße eine Aufgabe zu übernehmen, die weder entsprechend geschätzt noch entgolten wird. Spätestens dann wird die Gesellschaft erkennen, was Nahversorgung für die Lebensqualität bedeutet. Nur - sie dann neu herzustellen, ist bestenfalls sehr teuer, schlimmstenfalls unmöglich.

Quellenangabe: Institut für Handeslforschung Wien